# أثر خصائص السياح المحليين على دوافعهم نحو السياحة الداخلية في الأردن

سالم أحمد الرحيمي*

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى دوافع السياحة الداخلية في الأردن، وبيان تأثير خصائص السائحين المحليين في دوافعهم التي توجه سلوكياتهم السياحية. جُمعت البيانات من خلال عينة ملائمة شملت 974 سائحاً، وبينت النتائج تنوع دوافع السياحة الداخلية وأن هذا التنوع يختلف باختلاف خصائص السياح المحليين، كما تبين أن الدافع الترفيهي هو أكثر الدوافع تأثيراً في السياحة الداخلية.

**الكلمات الدالة:** التسويق، الدوافع، السياحة الداخلية، الأردن.

**Abstract**

This study aims to explore the tourism motives and the influence of characteristics of domestic tourists on their motives toward domestic tourism. A sample of 974 tourists selected to collect the primary data. The study shows different motives of tourist related to characteristics of domestic tourist, and determines the recreation motive as the most important influence on domestic tourism.

**Keywords:** marketing, domestic tourism, motives, Jordan.

* قسم التجارة، كلية صور الجامعية،سلطنة عمان.

تاريخ استلام البحث: **2006/1/17** تاريخ قبول البحث: **2006/10/8**

**تمهيد**

تمثل السياحة ركناً أساسياً في الاقتصاد الأردني؛ إذ بلغ الدخل السياحي 943 مليون دينار أردني عام 2004م، مشكلاً ما نسبته 11.55% من الناتج المحلي الإجمالي البالغ 8164.4 مليون دينار أردني (البنك المركزي الأردني،2004). كما بلغ عدد العاملين في القطاع السياحي للعام نفسه 23544 عاملاً (وزارة السياحة والآثار العامة الأردنية، 2005)، مما حدا بالحكومة ممثلةً بوزارة السياحة والآثار العامة إلى إنشاء هيئة تنشيط السياحة لتتولى مسئولية تسويق السياحة الأردنية، فقد اهتمت بترويج السياحة الداخلية من خلال النشرات والحملات الإعلامية والمشاركة في تمويل المهرجانات المختلفة والفرق الشعبية وتنظيم الندوات والمؤتمرات وورش العمل السياحية، لتعريف المواطنين بالمواقع السياحية والأثرية المنتشرة في مختلف مناطق المملكة ودفعهم إلى زيارتها (هيئة تنشيط السياحة الأردنية،2001). وبالرغم من زيادة الاهتمام بالسياحة الداخلية، فإنها لم تشكل إلا حوالي خمس حركة السياحة في المواقع السياحية، بواقع 317165 سائحاً من إجمالي الحركة البالغ 1548114 سائحاً عام 2000 (وزارة السياحة والآثار العامة الأردنية، 2000) .كما بلغ دخل السياحة الداخلية 179,1 مليون دينار أردني مشكلاً ما نسبته 19% من إجمالي الدخل السياحي لعام 2004، بنسبة نمو 20.4% عن عام 2003 (وزارة السياحة والآثار العامة الأردنية، 2005 ).

**مفهوم السياحة الداخلية**

ترتبط السياحة الداخلية برحلات المواطنين وتنقلاتهم داخل بلادهم، وعُرِّفت بأنها "تحرّك الراغبين في السياحة داخلياً من إقليم إلى آخر في إطار الحدود السياسية لدولهم" (الزوكة، 1999). كما عرِّفت بأنها "سياحة الأفراد داخل دولهم والبقاء ضمن الحدود السياسية، على أن لا تقل المدّة السياحية عن (24) ساعة" (لطيف، 1994). ويمكن تحديد السياحة الداخلية وتمييزها عن غيرها من أنواع السياحة الأخرى استناداً إلى العناصر التالية (Singh, 1996 ):

1- أماكن الإقامة: يجب أن تكون خارج مكان الإقامة الدائمة للسائح، ولكن داخل الإقليم أو الحدود السياسية، وأن تكون ضمن الأماكن السياحية المعروفة.

2- البُعد المكاني: يجب أن تبعد بما لا يقل عن 25-100 ميل عن مكان الإقامة الدائمة للسائح.

3 - مدة الاقامة: يجب أن لا تقل عن ليلة واحدة أو 24 ساعة على الأقل.

وتعتمد السياحة الداخلية على الرصيد السياحي المتاح داخل الدولة بما يتفق مع الأبعاد الثقافية والاقتصادية لمواطنيها، ومدى توفر المرافق السياحية والخدمات الضرورية، وخدمات البنية التحتية التي تمثّل عناصر جذب سياحي تشجّع المواطنين على البقاء في أوطانهم، وقضاء أوقات فراغهم فيها بدلاً من الخروج إلى الدول الأخرى. ويطلق الاقتصاديون على هذا النوع من السياحة اسم "السياحة الإيجابية" (الحضيري، 1989)، لما لها من أهمية في دعم الاقتصاد الوطني، والحفاظ على العملة الوطنية، وتوازن ميزان المدفوعات لصالح الدولة، وعدالة توزيع الدخل بين المواطنين، من خلال إعادة توزيع مصروفات السيّاح في مناطق الجذب السياحي على جميع المواطنين، وتوفير فرص

العمل والتقليل من عبء البطالة، وزيادة الولاء والانتماء لدى المواطنين، وإغناء معرفتهم وزيادة ثقافتهم ومعلوماتهم عن أوطانهم وبلدانهم التي يعيشون فيها؛ مما يؤدّي إلى نشر الوعي والحسّ الوطني بينهم، وخلق التواصل والألفة والمحبة بين أبناء الشعب الواحد. وتزداد أهمية السياحة الداخلية من خلال استغلال المرافق والمنشآت السياحية وزيادة طاقتها الإنتاجية، وإقامة الصناعات الوطنية التقليدية وتسويقها، وتطوير القطاعات الإنتاجية والخدمية في الدولة وتوجيهها لإشباع حاجات السيّاح المحليين ورغباتهم (السكر، 1994).

إن فهم دوافع السياح وتحليلها تساعد الجهات القائمة على السياحة في توجيههم نحو السياحة الداخلية؛ تمثل الدوافع المحركات الأساسية للسلوك البشري التي تدفع الأفراد إلى القيام بتصرفات معينة، نابعة من القوى الداخلية التي تحركها باتجاه إشباع الحاجات (Berkowitz, et,al. 2000). وتعرّف الدوافع بشكلٍ عام بأنها الحاجات التي تدفع الأفراد إلى القيام بسلوكيات معينة بحثاً عن المشبعات (Kotler, 2003) ، أما الدوافع السياحية فهي القوى المحركة للسائحين لإشباع حاجاتهم وتحقيق منافعهم المختلفة(Goosens, 2000)، وترتبط السياحة بالعديد من الدوافع التي يصعب معرفتها بصورة دقيقة، إلا أنه يمكن تحديدها بشكل أساسي كما يلي (الخضري، 1989 والسكر، 1994 وعبد الحكيم والديب، 1995):

أ- دوافع ترفيهية: وهي الأكثر شيوعاً وتمثّل عنصر جذب للغالبية العُظمى من السائحين متضمنة الأنشطة والبرامج السياحية التي تخدم الأغراض الترويحية.

ب- دوافع ثقافية: ترتبط بالتعرّف إلى الحضارات والثقافات القديمة والحالية من خلال زيارة المناطق الأثرية والحضارية والمعالم الثقافية والمتاحف والمعارض، وإقامة المسابقات والمحاضرات والندوات المختلفة.

ج- دوافع دينية: تتمثل في إقامة وتأدية المناسك والشعائر الدينية كالحج والعمرة، وزيارة الأماكن المقدسة والأضرحة والمقامات ذات الأثر الديني لدى الشعوب.

د- دوافع علاجية: تعتمد على المقوّمات الطبيعية والبيئة كالمناخ الجيد والمياه المعدنية والكبريتية والحارة، والمقومات الصناعية كالمستشفيات ومراكز العلاج الطبيعي والاصطناعي.

هـ- دوافع رياضية: تتعلق بالمشاركة في البطولات والألعاب وإقامة المهرجانات الرياضية والاستمتاع بمشاهدتها والسفر من أجلها.

و- دوافع اجتماعية: تتمثل في زيارة الأهل والأصدقاء والمشاركة في المناسبات الاجتماعية وترتبط بالشوق والحنين إلى الأوطان.

ز- دوافع اقتصادية: تهدف إلى تحقيق المنافع التجارية والاستفادة من انخفاض الأسعار في مناطق معينة، كما هو الحال في حركة السياحة الداخلية إلى مدينة العقبة.

## مشكلة الدراسة

تنبثق مشكلة الدراسة من الآثار السلبية الناتجة عن توجه الكثير من السكان المحليين نحو السياحة الخارجية على الرغم من توفر مقومات الاشباع السياحي محلياً، مما يؤدي إلى خروج العملة المحلية إلى الخارج وإضعاف الاقتصاد الوطني. وعدم إعطاء السياحة الداخلية الاهتمام الكافي من قبل الباحثين والجهات القائمة على السياحة والمستفيدة منها، إذ ينصب الاهتمام عادةً على السياحة الخارجية، مما يتسبب في تقويض إمكانيات السياحة الداخلية ومقوماتها، والتأثير في دوافع السياح نحوها. كما ترتبط مشكلة الدراسة بعدم الوضوح الكافي في فهم خصائص السياح المحليين ومدى تأثيرها في دوافعهم السياحية.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

1- التعريف بالسياحة الداخلية وأهميتها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية
2- تحديد الدوافع الأساسية التي توجه السائح نحو السياحة الداخلية
3- تحليل بعض الخصائص للسياح المحليين
4- التعرف إلى أثر خصائص السياح المحليين في دوافع السياحة الداخلية
5- توجية السياح المحليين نحو السياحة الداخلية والتقليل من توجههم نحو السياحة الخارجية.

## أهمية الدراسة

تتأتى أهمية الدراسة من أهمية دور القطاع السياحي في دعم الاقتصاد الوطني، وتركيزها على السياحة الداخلية، زيادة على أهمية تحليل الخصائص الديمغرافية للسياح المحليين وأثرها في توجيه دوافعهم المحركة لسلوكياتهم السياحية؛ مما يساعد في بناء مزيج تسويقي متكامل للسياحة الداخلية

## منهجية الدراسة

- مجتمع الدراسة: يمثل مجتمع الدراسة السياح المحليين الأردنيين خلال الموسم السياحي لعام 2005، والذين زاروا أهم المواقع السياحية والتي يتوفر عنها احصاءات سياحية لدى وزارة السياحة والآثار العامة، والمتمثلة في كل من: عمان وجرش ومادبا وعجلون وأم قيس وبيلا وأم الجمال والكرك والمغطس والبتراء ورم والعقبة.
- عينة الدراسة: تم اختيار العينة من مجتمع الدراسة باستخدام طريقة العينة العشوائية الملائمة [1] بسبب عدم إمكانية ضبط السياح وضمان استجابتهم. وقد بلغ حجم العينة التي خضعت للتحليل والمعاينة الإحصائية (794) مفردةً.
- مصادر البيانات: اعتمدت الدراسة في بياناتها الأولية على الاستبانة (أداة الدراسة) التي تضمنت أهم خصائص

---

[1] إحدى أنواع العينات الاحتمالية التي تُمكن الباحث من الوصول إلى مفرداتها بسهولة، وتُسهل عملية جمع البيانات عنها.

السياح المحليين كالجنس وقطاع العمل ومكان الإقامة والحالة الاجتماعية والمؤهل العلمي والعمر والدخل الشهري، زيادة على دوافعهم نحو السياحة الداخلية التي تمثلت بالدوافع الدينية والعلاجية والترفيهية والثقافية والاجتماعية والرياضية. أما البيانات الثانوية فقد تمثلت بالكتب والدوريات، والتقارير والنشرات والإحصاءات الصادرة عن الجهات ذات العلاقة بموضوع الدراسة (المبينة في ثبت المراجع).

- اختبار أداة الدراسة: تم اختبار صدق الأداة بعرضها على مجموعة من الأكاديميين والمتخصصين وأخذ آرائهم واقتراحاتهم حولها. أما الثبات فقد تم اختباره باستخدام مقياس كرونباخ الفا (Cronbach's Alpha)، وقد بلغت نتيجة الاختبار 0.845 وهي مقبولة لأغراض البحث العلمي (Sekaran, 1992) .
- أساليب التحليل الإحصائي: - اعتمدت الدراسة على برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) فقد تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي، كالتكرارات والنسب المئوية لتحليل خصائص السياح، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحليل الدوافع الأساسية للسياحة الداخلية، وتحليل التباين الأحادي ومقارنة المتوسطات الحسابية لاختبار الفرضيات.

**الدراسات السابقة**

1- دراسة (الزمر، 1985) عن السياحة الداخلية والتنزه في الأردن، التي بينت أهمية السياحة الداخلية وضرورة الاهتمام بها ووضع الخطط التنموية لتطوير المواقع السياحية في الأردن، وتحقيق التوازن بين الحاجات الاجتماعية والاقتصادية للمواطنين وبين الإمكانيات السياحية المتوافرة في المناطق السياحية، وقد أوصت بضرورة وضع استراتيجية وطنية لتطوير المواقع السياحية وتنشيط حركة السياحة الداخلية باتجاهها، وبينت أن السياحة الداخلية في الأردن في معظمها ذات طابع عائلي، وقصيرة الأجل، وضعف مساهمتها في تشغيل الفنادق الأردنية مقارنة بالسياحات الداخلية العالمية، كما بينت الدراسة أن الاهتمام بالسياحة الخارجية أكثر من السياحة الداخلية.

2- دراسة (سماوي، 1994) حول واقع حركات التنزه والاستجمام في الأردن، مُبيّنة واقع السياحة الأردنية ومقوماتها، والخصائص الديمغرافية للمتنزهين الأردنيين ودوافعهم الأساسية من الزيارات السياحية التي يقومون بها، وشخصت آرائهم واتجاهاتهم المستقبلية نحو السياحة الداخلية، والخدمات المقدمة لهم وانطباعاتهم الحقيقية عن الموجود منها. وأوصت بضرورة تبني سياسات إعلامية تهدف إلى ترويج السياحة الداخلية، واستغلال الظروف والمناسبات؛ لجذب السياح واستقطابهم لزيارة مناطق الاستجمام المختلفة في الأردن.

3- دراسة (سماوي، ب1994) عن السياحة والتنزه في محافظة البلقاء الأردنية، والتي اقتصرت على حركات التنزه في محافظة البلقاء، وبيان مقوماتها السياحية وبينت الدراسة الدوافع الموجهة لحركة السياح المحليين باتجاه مواقع الجذب السياحي وتحليل خصائصهم الديمغرافية. وأوصت الدراسة بتنشيط الفعاليات الإعلامية، وتوجيه وسائل الإعلام المختلفة نحو السياحة الداخلية، ووضع استراتيجية سياحية متكاملة تشترك فيها كافة القطاعات الحكومية والخاصة.

4- دراسة (الشورة، 2001)، حول تقسيم سوق السياحة الداخلية وبناء المكانة الذهنية التي اهتمت بتقسيمات سوق السياحة الداخلية في الأردن، والتعرف إلى طبيعة كل سوق وخصائصها، ومعرفة الجوانب التي يفضلها السائح الأردني فيها، والتعرف إلى أبعاد المكانة الذهنية للمنتج السياحي الأردني، ومستوى الجودة المدركة للخدمات السياحية الأردنية في أذهان السياح المحليين، وبينت نواحي القصور في الخدمات المقدمة، وانخفاض مستوى الصورة الذهنية للخدمة السياحية، وبينت أهمية التسويق السياحي ودراسة المضامين التسويقية المتعلقة به. أوصت الدراسة بضرورة بناء الصورة الذهنية الإيجابية للمنتج السياحي المحلي في أذهان المواطنين، وترسيخ السمعة الجيدة للجهات القائمة عليها، والعمل على تجزئة السوق السياحي، وتقديم البرامج والخدمات السياحية التي تناسب كل سوق.

5- دراسة (الضمور والحماد، 2001): تعلقت بدراسة العوامل المؤثرة في رضا السائح في منطقتي البادية الأردنية الشمالية والوسطى، واهتمت بتحديد العلاقة بين المزيج التسويقي السياحي ومدى رضا السائح عن الخدمات السياحية المقدمة، وأثر خصائص السائح (العمر، الجنس، الدخل، الحالة الاجتماعية، مستوى التعليم) على طبيعة تلك العلاقة، وبينت أن هناك شعوراً بالرضا لدى السياح عند زيارتهم للمواقع السياحية، ووجود علاقة بين عناصر المزيج التسويقي والرضا، وأوصت الدراسة بتطوير برامج سياحية تتناسب مع التنوع والاختلاف في الطلب السياحي، وتقدم معلومات كافية عن المواقع والبرامج والخدمات السياحية المتوافرة وتكييفها تبعاً لمتغيرات السياح وخصائصهم.

6- دراسة (صادق، 1980): حول الأهمية الاقتصادية للسياحة في الأردن خلال الفترة 1950– 1978، التي بينت دور القطاع السياحي في دعم ميزان المدفوعات وتوازن العملة الوطنية، وتشجيع الاستثمارات الاقتصادية، وخلق فرص العمل. لذا أوصت بضرورة الاهتمام بالمواقع السياحية والحفاظ عليها، وتطوير الخدمات المكملة لها، والتركيز على السياحة الداخلية وتنميتها وتشجيع المواطنين على الاستفادة من البرامج والخدمات التي تقدمها الجهات القائمة على القطاع السياحي، والعمل على تخفيض نسبة السياحة العكسية أي سفر الأردنيون إلى الخارج وتوجيههم نحو السياحة الداخلية.

## تحليل البيانات

**أولاً**: تحليل خصائص السياح المحليين، كما في الجدول (1) وفيما يلي توضيح لكل منها:

1- الجنس: يبين الجدول أن نسبة الذكور من السائحين المحليين 57.9% وهي أعلى من نسبة الإناث بمقدار 15.8%؛ وقد يعود ذلك إلى ثقافة المجتمع الأردني، كغيره من مجتمعات العالم الثالث التي تعطي الرجال أفضلية عن النساء، لا سيما في الرحلات الترفيهية، وانشغال معظم النساء الأردنيات في الأعمال المنزلية، وانخفاض قدرتهن المالية مما يحد من قيامهن بالزيارات السياحية.

2- مكان الإقامة: تبين أن معظم السائحين الداخليين هم من سكان المدن، فقد بلغت نسبتهم 71% من

المجموع الكلي لحركة السياحة الداخلية، ثم من سكان الأرياف بنسبة 28% وأخيراً من سكان البادية وهم الأقل مشاركة بالسياحة الداخلية بنسبة 1% فقط، وقد يعود ذلك إلى كون سكان المدن هم الأكثر حاجة إلى الترفيه والاستجمام بسبب طبيعة أعمالهم والضغوطات الناتجة عن ارتفاع الكثافة السكانية.

3- قطاع العمل: تبين أن أعلى نسبة من العينة يعملون في القطاع العام بنسبة 39.6%، و25.8% يعملون في القطاع الخاص، في حين كانت نسبة الذين لا يعملون 34.6%، وهذه النسبة تتفق مع توزيع العينة وفق متغير العمر؛ فكانت أعمار معظم العينة أقل من 21 سنة وهذه الفئة على الأغلب لا تعمل.

4- الحالة الاجتماعية: تبين أن معظم السائحين الداخليين من العازبين (العزاب) بنسبة 70.8% تلتهم فئة المتزوجين بنسبة 27.5% ثم فئتي: المطلقين والمرملين بنسب ضئيلة 1.1% و0.6% على التوالي، ويعود ارتفاع نسبة مشاركة العزاب في السياحة الداخلية إلى تركيبة المجتمع الأردني الذي يمتاز بأنه من المجتمعات الشابة علاوة على تأخر سن الزواج عند الكثير من الأردنيين.

5- المؤهل العلمي: تبين أن حملة الدرجة الجامعية الأولى هم الأكثربنسبة 53.1% من إجمالي العينة، تلاهم فئة حملة شهادة دراسة الثانوية العامة بنسبة 25.6%، ثم حملة درجة دبلوم بنسبة 12.3%، ثم فئة التعليم الأساسي بنسبة 4% ثم الأميون وحملة الدراسات العليا بنسب متقاربة (2.5% و2.4%) على التوالي.

6- العمر: تبين أن الفئة العمرية من 22-34 سنه هي الأكثر مشاركة في السياحة الداخلية بنسبة 45.8%، تلتها الفئة 14-21 سنه بنسبة 38.4%، ثم الفئة من 35-60 سنة بنسبة 10.1%، ثم كبار السن (أكثر من 60 سنة) بنسبة مشاركة 2.9% ، وأخيراً فئة صغار السن (الأقل من 14 سنة) إذ كانت نسبة مشاركتهم 2.8% فقط، وتتفق هذه النتيجة مع النتائج المتعلقة بالحالة الاجتماعية التي بينت أن أغلبية السياح المحليين هم من العزاب لذلك ارتفعت نسبة مشاركة الفئات الشابة في السياحية الداخلية.

7- الدخل الشهري: تبين أن أغلبية السائحين الداخليين من ذوي الدخول المتدنية (أقل من 200 دينار أردني) بنسبة 63.2% من إجمالي السياح، تلتها فئة ذوي الدخول من 200-400 دينار أردني بنسبة 26.8% ، ثم الفئة من 401-600 دينار أردني بنسبة 4.8%، ثم الفئة الأعلى دخلاً (أكثر من 800 دينار أردني) بنسبة 2.8%، وأخيراً فئة ذوي الدخول من 601-800 دينار أردني بنسبة 2.4% ، وقد يعود انخفاض عدد السياح في الفئات ذات الدخول العالية في المشاركة بالسياحة الداخلية إلى خروج هذه الفئات في سياحات خارجية .

**ثانياً**: دوافع السياحة الداخلية: وتتضمن الأهداف الأساسية من الزيارة السياحية التي يقوم بها المواطن الأردني داخل وطنه، كما في الجدول (2) الذي يوضح دوافع السياحة الداخلية المتمثلة فيما يلي:

1- الدافع الديني: تبين ارتفاع نسبة الموافقة بشكل عام للهدف الديني من السياحة الداخلية فبلغت نسبة الموافقين 29.7% و 37.3% نسبة الموافقين بشدة، في حين انخفضت نسبة المعارضين إلى 9.9% و

المعارضين بشدة إلى 8.4%، في حين كانت نسبة المحايدين 14.6%؛ وبذلك يمثل المحرك الديني قوة أساسية في توجيه السلوك السياحي باتجاه زيارة مواقع السياحة الدينية في المملكة.

2- الدافع العلاجي: تبين أن الموافقين شكلوا نسبة 42.6% وهي النسبة الأعلى بالنسبة للهدف العلاجي، والموافقين بشدة شكلوا نسبة 23.4%، والمحايدين شكلوا نسبة 14.7%، والمعارضين 10.2%، والمعارضين بشدة 9.1%، وهذا يدل على الاتجاهات الايجابية نحو مواقع السياحة العلاجية الطبيعية والخدمات السياحية المقدمة فيها.

3- الدافع الترفيهي: شكّل أعلى نسبة موافقة بشدة، إذ وصلت إلى 50.6% وهي الأعلى بين جميع الأهداف، كما كانت نسبة الموافقة أيضاً عالية 37.2% وبذلك تنخفض نسبة المحايدين والمعارضين، والمعارضين بشدة إلى أدنى مستوياتها؛ إذ بلغت 8.4%، 2.3%، 1.5% على التوالي.

4- الدافع الثقافي: فقد شكل أعلى نسبة موافقة من المستجوبين 43.8% (الإجابة على موافق)، وشكلت إجابة الموافقين بشدة 24.9% والمحايدين 16.5% والمعارضين 8.1% وأخيراً النسبة الأقل في السؤال وهي نسبة المعارضين بشدة التي بلغت 6.7%.

5- الدافع الاجتماعي: فقد ارتفعت نسبة المحايدين، وكانت الأعلى بين جميع الأهداف؛ إذ وصلت إلى 31.6% من المستجوبين، وشكلت نسبة الموافقين 35.1% و13.4% الموافقين بشدة، ووصلت نسبة المعارضين للهدف الاجتماعي إلى 12% والمعارضين بشدة إلى 7.9% .

6- الدافع الرياضي: فقد ارتفعت نسبة المعارضين بشدة والمعارضين لتمثل الأعلى مقارنة بالأهداف الأخرى فقد بلغت 11.2% للمعارضين بشدة و12.6% للمعارضين، في حين بلغت نسبة الموافقين 30% و21.5% الموافقين بشده، و24.7% للمحايدين.

ويبين الجدول (2) أيضاً أن لجميع الدوافع تأثيراً ايجابياً في توجيه سلوك السياح المحليين باتجاه السياحة الداخلية، وذلك من خلال المتوسط الحسابي الذي زاد عن المتوسط المعياري 3 ( مجموع قيم مستويات كل فقرة مقسوماً على عددها، (5+4+3+2+1)/5=3) لجميع الدوافع دون استثناء، أم فيما يتعلق بأهمية تأثير الدوافع حسب أنواعها على توجيه حركة السياحية الداخلية فقد احتل الدافع الترفيهي الدرجة الأولى تلاه الدافع الثقافي ثم العلاجي ثم الرياضي فالديني وأخيراً الدافع الاجتماعي، وتبيّن أن هناك فارقاً كبيراً يتجه لمصلحة الهدف الترفيهي في السياحة الداخلية، وذلك من خلال ارتفاع متوسطه الحسابي (4.33) وانخفاض انحرافه المعياري مقارنة بالدوفع الأخرى التي كان الفارق فيما بينها بسيطاً .

### اختبار الفرضيات

**الفرضية العامة:** لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خصائص السياح المحليين (الجنس، مكان الاقامة، قطاع العمل، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، العمر، الدخل) من جهة، ودوافعهم نحو السياحة الداخلية من جهة

أخرى، وينبثق منها الفرضيات الفرعية التالية:

1 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ودوافع السياحة الداخلية في الأردن.

2 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير مكان الإقامة ودوافع السياحة الداخلية في الأردن.

3 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير قطاع العمل ودوافع السياحة الداخلية في الأردن.

4 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الحالة الاجتماعية ودوافع السياحة الداخلية في الأردن.

5 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير المؤهل العلمي ودوافع السياحة الداخلية في الأردن.

6 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير العمر ودوافع السياحة الداخلية في الأردن.

7 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الدخل الشهري ودوافع السياحة الداخلية في الأردن.

تم اختبار هذه الفرضية باستخدام اختبار التباين الأحادي (ANOVA) عند مستوى ثقة 0.95، واعتُمد قرار رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة إذا كانت قيمة مستوى المعنوية المحسوبة (Sig) أقل من(0.05) مستوى المعنوية المحدد (Zikmond,2000)، كما هو موضح في الجدول (3). كما تم الاعتماد على مقارنة المتوسطات الحسابية لاختبار أثر الاختلاف في تباين خصائص السياح على دوافعهم السياحية؛ وكانت نتيجة الاختبار كما يلي:

1 - أن متغير الجنس لم يكن له تأثير ذو دلالة إحصائية في دوافع السياحة الداخلية ما عدا الدافع الترفيهي لأن قيمة مستوى المعنوية المحددة له (Sig) 0.024 وهي أقل من 0.05، في حين كانت قيم مستوى المعنوية (Sig) لجميع الدوافع الأخرى أكبر من 0.05. كما تبين بأن هناك اختلافاً في الدوافع نتيجة تباين فئات جنس السياح؛ فقد تبين من خلال مقارنة المتوسطات الحسابية لكل فئةٍ مع الدوافع أن الإناث أكثر تأثراً بالدوافع الترفيهية والعلاجية والدينية والرياضية من الذكور الذين يتأثرون أكثر بالدوافع الثقافية والاجتماعية (جدول (4)).

2 - أن متغير قطاع العمل له تأثير ذو دلالة إحصائية على الدوافع الدينية والترفيهية والثقافية للسياحة الداخلية؛ لأن قيم مستوى المعنوية لها (Sig) أقل من 0.05، وليس له تأثير في الدوافع العلاجية والاجتماعية والرياضية لأن قيم مستوى المعنوية (Sig) لها أكبر من 0.05. كما تبيّن أن الدوافع تتأثر باختلاف قطاع العمل؛ فالسياح الذين لا يعملون أكثر تأثراً بالدوافع الدينية والترفيهية والاجتماعية والرياضية، وكان السياح الذين يعملون في القطاع العام أكثر تأثراً بالدوافع الثقافية والعلاجية، في حين كانت دوافع السياح العاملين في القطاع الخاص باتجاه السياحة الداخلية أقل من نظرائهم في القطاع الخاص والذين لا يعملون (جدول (5)).

3 - أن متغير مكان الإقامة له تأثير ذو دلالة إحصائية في الدوافع والترفيهية والثقافية للسياحة الداخلية لأن قيم مستوى المعنوية لها (Sig) أقل من 0.05، وليس له تأثير في الدوافع الدينية والعلاجية والاجتماعية والرياضية لأن قيم مستوى المعنوية (Sig) لها أكبر من 0.05. كما تبيّن من الجدول (6) أن الدوافع السياحية تختلف باختلاف أماكن الاقامة؛ إذ تبيّن أن السياح من سكان البادية يتأثرون بجميع الدوافع (باستثناء الدافع

الاجتماعي) أكثر من نظرائهم سكان المدن والأرياف، وأن السياح من سكان المدن أكثر تأثراً بالدافع الاجتماعي. وبالرغم من وجود تقارب في ترتيب تأثر السياح بمختلف مناطق سكناهم بالدوافع الترفيهية والثقافية والعلاجية، إلا أن الترتيب اختلف في كلٍ من الدوافع الدينية والرياضية لمصلحة سكان البادية، والدوافع الرياضية لمصلحة سكان المدن.

4- أن متغير الحالة الاجتماعية له تأثير ذو دلالة إحصائية في الدوافع والترفيهية والثقافية والاجتماعية والرياضية للسياحة الداخلية لأن قيم مستوى المعنوية لها (Sig) أقل من 0.05، ولم يكن له تأثير في الدوافع الدينية والعلاجية لأن قيم مستوى المعنوية (Sig) لها أكبر من 0.05. كما تبيّن من خلال الجدول (7) أن هناك اختلاف في الدوافع السياحية نتيجة تباين فئات السياح وفق حالتهم الاجتماعية؛ إذ تبيّن بأن المرملين أكثر تأثراً بالدوافع الترفيهية والعلاجية الدينية، وأن فئة العازبين أكثر تأثراً بالدوافع الثقافية، أما المتزوجون فكانوا الأكثر تأثراً بالدوافع الاجتماعية، في حين كان المطلقون أكثر تأثراً بالدوافع الرياضية.

5- أن متغير المؤهل العلمي له تأثير ذو دلالة إحصائية في الدوافع الدينية والترفيهية والثقافية والرياضية للسياحة الداخلية لأن قيم مستوى المعنوية لها (Sig) أقل من 0.05، وليس له تأثير في الدوافع والعلاجية والاجتماعية لأن قيم مستوى المعنوية (Sig) لها أكبر من 0.05. وتبيّن من الجدول (8) أن تأثير الدافع الترفيهي احتل المركز الأول من حيث أهمية تأثيره في توجيه سلوك السياح المحليين ولم يختلف ترتيب تأثيره باختلاف مستوياتهم العلمية، أما بقية الدوافع فقد اختلفت باختلاف مستويات التعليم؛ فالأميون يتأثرون بالعلاجية والرياضية والثقافية أكثر من غيرها، في حين حملة درجات التعليم الأساسي يتأثرون بالرياضية ثم الدينية والعلاجية منها، ويتأثر حملة الثانوية العامة بالدوافع العلاجية ثم الثقافية والدينية، أما حملة الدبلوم فيتأثرون أكثر بالدوافع العلاجية والثقافية والاجتماعية. في حين كانت دوافع من يحملون الشهادات الجامعية بمختلف مستوياتها متشابهة؛ فقد جاءت وفق الترتيب التالي: ترفيهية، ثقافية، علاجية، اجتماعية، رياضية ثم دينية، إلا أن أهمية تأثيرها كانت تتجه لمصلحة حملة درجة البكالوريوس وذلك بدلالة متوسطها الحسابي.

6- أن متغير العمر له تأثير ذو دلالة إحصائية على الدوافع الدينية والعلاجية والترفيهية والثقافية للسياحة الداخلية لأن قيم مستوى المعنوية لها (Sig) أقل من 0.05، ولم يكن له تأثير في الدوافع الاجتماعية والرياضية؛ لأن قيم مستوى المعنوية (Sig) لها أكبر من 0.05. وتبيّن من خلال الجدول (9) أن تباين فئات عمر السياح يؤثر في دوافعهم السياحية؛ فقد تبيّن أن الفئة العمرية الأقل من 14 سنة هي أكثر الفئات تأثراً بالدوافع الدينية وقد يعود ذلك إلى طبيعة الفطرة البشرية؛ إذ إن كل مولود يولد على الفطرة وبالتالي الفطرة عند الصغار قد تدفعهم نحو الاتجاه الديني، أما فيما يتعلق بترتيب تأثير الدوافع على هذه الفئة فقد جاء كالتالي: ترفيهية، ثقافية، دينية، علاجية، رياضية، ثم اجتماعية. وجاء هذا الترتيب مشابهاً للفئة التالية لها من 14-21 سنة، ولكن بفارق تأثر أكثر من غيرها بالدوافع الترفيهية والاجتماعية. وكانت الفئة العمرية من 22–34 سنة أكثر الفئات تأثراً بالدوافع الثقافية، أما ترتيب تأثرها بالدوافع فقد كانت وفق الترتيب التالي: ترفيهية، ثقافية،

علاجية، رياضية، اجتماعية، ثم دينية. أما الفئة العمرية من 35–60 سنة فقد تأثرت بالدوافع وفق الترتيب التالي: ترفيهية، علاجية، ثقافية، دينية، اجتماعية، ثم رياضية. وكانت الفئة كبيرة السن (أكبر من 60 سنة) أكثر الفئات تأثراً بالدوافع العلاجية والرياضية وقد يعود ذلك لأسباب صحية غالباً ما ترتبط بكبار السن أكثر من غيرهم، أما بالنسبة لتأثر هذه الفئة بالدوافع فقد جاء وفق الترتيب التالي: علاجية، ترفيهية، رياضية، ثقافية، دينية، ثم اجتماعية.

7- أن متغير الدخل الشهري له تأثير ذو دلالة إحصائية على الدوافع الدينية والاجتماعية للسياحة الداخلية لأن قيم مستوى المعنوية لها (Sig) أقل من 0.05، ولم يكن له تأثير على الدوافع العلاجية والترفيهية والثقافية والرياضية لأن قيم مستوى المعنوية (Sig) لها أكبر من 0.05. وتبيّن من خلال مقارنة المتوسطات الحسابية (جدول (10)) أن دوافع السياح تتأثر بتباين مستويات دخولهم؛ إذ تبيّن أن فئة الدخل الشهري من 200 - 400 دينار أردني من السياح المحليين هي الأكثر تأثراً بمعظم الدوافع التي جاء ترتيب أهميتها كالتالي: ترفيهية، علاجية، ثقافية، رياضية، دينية، ثم اجتماعية. في حين كانت دوافع الفئة ذات الدخل الأقل من 200 دينار مرتبةً حسب أهميتها في التأثير على اتجاهات السياح كالتالي:ترفيهية، ثقافية،علاجية، رياضية، ثم اجتماعية ودينية. أما الفئة ذات الدخل الشهري من 401–600 دينار فقد اختلف ترتيب دوافعها وجاءت كالتالي: ثقافية، علاجية، اجتماعية، دينية، ترفيهية، وأخيراً رياضية. واختلف تأثر الفئة ذات الدخل من 601-800 دينار بالدوافع؛ إذ كانت أكثر الفئات تأثراً بالدافع الرياضي الذي جاء بالمركز الثالث في الأهمية بعد كلٍ من الدافع الترفيهي والثقافي . في حين كانت الفئة ذات الدخل الأكثر من 800 دينار هي الأكثر تأثراً بالدافع الثقافي، الذي جاء بالمركز الثاني في الأهمية بعد الدافع الترفيهي.

**النتائج**

1- أن هناك تنوعاً في خصائص السياح المحليين الأردنيين نتج عنه تباين في دوافعهم السياحية، وأن هذا التنوع كان له تأثيرات متفاوتة في الدوافع السياحية بشكلٍ عام.

2- أن الدافع الترفيهي هو أكثر الدوافع تأثيراً في توجيه حركة السياحة الداخلية في الأردن يليه الدافع الثقافي ثم العلاجي ثم الرياضي فالديني وأخيراً الدافع الاجتماعي. وقد تعود زيادة تأثير الدافع الترفيهي عن غيره من الدوافع إلى كون معظم مقومات الجذب السياحي الداخلية هي مقومات ترفيهية تستند على المرح والمتعة والاستمتاع بمشاهدة مظاهر الحياة المختلفة.

3- أن دوافع السياح المحليين الأردنيين نحو السياحة الداخلية اختلفت باختلاف خصائصهم (متغيرات السياح)؛ إذ لم تؤثر هذه الخصائص علىكل الدوافع فقد تبيّن أن متغير الجنس يؤثر فقط على الدوافع الترفيهية ولم يؤثر في الدوافع الأخرى، في حين يؤثر متغير قطاع العمل في الدوافع الدينية والترفيهية والثقافية ولم يكن له تأثير على الدوافع العلاجية والاجتماعية والرياضية، وأن متغير مكان الاقامة يؤثر في الدوافع الترفيهية والثقافية ولم يؤثر في

الدوافع الدينية والعلاجية والاجتماعية والرياضية، وأن متغير الحالة الاجتماعية يؤثر في الدوافع الترفيهية والثقافية والاجتماعية والرياضية ولم يؤثر في الدوافع الدينية والعلاجية، وأن متغير المؤهل العلمي يؤثر في الدوافع الدينية والترفيهية والثقافية والرياضية ولم يؤثر في الدوافع العلاجية والاجتماعية، ويؤثر متغير العمر في الدوافع الدينية والعلاجية والترفيهية والثقافية ولم يؤثر في الدوافع الاجتماعية والرياضية، وأن مستغير الدخل الشهري يؤثر في الدوافع الدينية والاجتماعية ولم يؤثر في الدوافع العلاجية والترفيهية والثقافية والرياضية.

4- أن التباين في فئات خصائص السياح (الاختلافات ضمن الخاصية الواحدة) يؤدي إلى الاختلاف في دوافعهم نحو السياحة الداخلية؛ وذلك نتيجة لتنوع التأثيرات البيئية الخارجية التي يتعرض لها السياح، وتباين وعيهم ومدركاتهم السياحية، واختلاف إمكانياتهم وقدراتهم في إشباع دوافعهم السياحية.

## التوصيات

1- دراسة الأبعاد الديمغرافية للسائحين المحليين وتحليل خصائصهم قبل تقديم البرامج والخدمات السياحية الموجهة لهم لضمان تناسبها معهم وقبولهم لها.

2- تحديد الدوافع الحقيقة للسياحة الداخلية والعمل على تنشيطها وتحريكها بما يتفق مع مقومات السوق السياحي، والأخذ بعين الاعتبار الاختلاف في الدوافع المحركة للطلب على السياحة الداخلية والتركيز على الدافع الترفيهي بغض النظر عن الاختلافات بين السياح.

3- على متخذي القرارت السياحية الاهتمام بمتغير الجنس عند تصميم حملات التسويق السياحي التي تهدف إلى توجيه السياح المحليين نحو البرامج المستهدفة، بحيث يتم التركيز على الدوافع الترفيهية والعلاجية والدينية والرياضية أكثر من الدوافع الأخرى إذا كان السياح من الأناث، أما إذا كان السياح ذكوراً فيفضل التركيز على الثقافية والاجتماعية.

4- على متخذي القرارت السياحية الاهتمام بقطاع العمل الذي يعمل فيه السائح؛ فعند تصميم حملات التسويق السياحي التي تستهدف السياح المحليين من غير العاملين يجب التركيز على الدوافع الترفيهة فالثقافية فالرياضية فالعلاجية فالدينية ثم الاجتماعية ، أما إذا كان السياح يعملون في القطاع العام فيفضل التركيز على الدوافع الترفيهية ثم الثقافية فالعلاجية أكثر من غيرها. أما السياح الذين يعملون في القطاع الخاص فيفضل التركيز على دوافعهم الترفيهية ثم الثقافية والعلاجية أكثر من الدوافع الأخرى.

5- على متخذي القرارت السياحية الموجهة إلى السياح المحليين بغض النظر عن اختلاف مناطق سكناهم التركيز أولاً على الدوافع الترفيهية والثقافية والعلاجية، ثم اعطاء الأفضلية للدوافع الاجتماعية عند توجيه البرامج السياحية نحو سكان المدن، وللدوافع الرياضية والدينية عند توجيهها نحو سكان البوادي.

6- على متخذي القرارت السياحية عند توجيه حملات التسويق السياحي باتجاه العازبين من السياح المحليين التركيز أولاً على الدوافع الثقافية ثم العلاجية فالرياضية والترفيهة. أما البرامج الموجهة نحو المتزوجين فيجب أن

تركز أولاً على الدوافع الترفيهية والاجتماعية والعلاجية، والتركيز على الدوافع الترفيهية والعلاجية ثم الدينية عند توجيه البرامج نحو المرملين من السياح، والتركيز على الدوافع الرياضية ثم الترفيهية والعلاجية عند التوجه نحو المطلقين من السياح.

7- على متخذي القرارت السياحية عند توجيه حملات التسويق السياحي باتجاه الأميين من السياح المحليين التركيز على دوافعهم الترفيهية ثم الثقافية فالعلاجية فالرياضية، أما فئة التعليم الأساسي فيفضل التركيز على دوافعهم الترفيهية ثم الرياضية فالعلاجية والدينية، والتركيز على الدوافع الترفيهية ثم العلاجية فالثقافية عند توجيه البرامج السياحية نحو السياح المحليين من حملة شهادات الثانوية العامة والدبلوم، أما حملة الشهادات الجامعية بمختلف مستوياتها فيفضل التركيز على دوافعهم الترفيهية ثم الثقافية ثم العلاجية فالاجتماعية.

8- على متخذي القرارت السياحية المتعلقة بتقسيم السوق السياحي وفق متغير عمر السياح كمؤشر لخلق التأثير في توجهاتهم السياحية التركيز أولاً على دوافعهم الترفيهية، بغض النظر عن اختلاف فئاتهم العمرية، باستثناء فئة كبار السن (الأكبر من 60 سنة) التي يفضل التركيز على دوافعها العلاجية قبل الترفيهية. زيادة على اعطاء الأفضلية للدوافع الدينية عند التعامل مع الفئة العمرية الصغيرة (أقل من 14 سنة)، وللدوافع الاجتماعية عند التعامل مع الفئة العمرية من 14 – 21 سنة، وللدوافع الثقافية للفئة من 22 -34 سنة.

9- على متخذي القرارت السياحية عند توجيه حملات التسويق السياحي باتجاه ذوي الدخول الشهرية الأقل من 200 دينار من السياح المحليين التركيز اولاً على الدوافع الترفيهة ثم الثقافية فالعلاجية، والتركيز على الدوافع الترفيهية فالعلاجية ثم الثقافية عند التوجه نحو ذوي الدخول من 200- 400 دينار. أما عند التوجه نحو ذوي الدخول من 401 -600 دينار فيفضل التركيز على الدوافع الثقافية أولاً ثم العلاجية فالاجتماعية. والتركيز على الدوافع الترفيهية والثقافية عند توجيه حملات التسويق السياحي نحو ذوي الدخول الأكثر من 600 دينار اردني شهرياً.

## المراجع

احصاءات وزارة السياحة والآثار العامة الأردنية لعام 2000.

احصاءات وزارة السياحة والآثار العامة الأردنية لعام 2005.

البنك المركزي الأردني(2004)، التقرير السنوي، العدد (40)، ص 3.

الخضيري، محسن أحمد (1989). **التسويق السياحي - مدخل اقتصادي متكامل**، القاهرة، مكتبة مدبولي.

الزمر، زهدي حسني (1985). "**السياحة الداخلية والتنزه في الأردن**"، رسالة ماجستير، (غير منشورة)، الجامعة الأردنية.

الزوكة، محمد خميس (1999). **صناعة السياحة من المنظور الجغرافي**، ط2، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.

السكر، مروان محسن (1994). السياحة مضمونها وأهدافها (سلسلة الاقتصاد السياحي– الجزء الأول)، عمان، د. ن.

سماوي، حابس (1994أ). "واقع حركات التنزه والإستجمام في الأردن، دراسة استطلاعية"، **دراسات الجامعة الأردنية**، م 21 أ (3)، 375-412.

سماوي، حابس (1994ب). "السياحة والتنزه في محافظة البلقاء (الأردن)، خصائصها واتجاهاتها"، **دراسات الجامعة الأردنية**،م 21 أ، (6)، 191-224.

الشورة، محمد (2001). "تقسيم السوق وبناء المكانة الذهنية للخدمات، دراسة في سوق السياحة الداخلية في الأردن"، **المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية**، م4، (6)، 52-74.

الضمور، هاني والحماد، فواز (2000). "العوامل المؤثرة في رضا السائح في منطقتي البادية الأردنية الشمالية الوسطى"، **دراسات الجامعة الأردنية**،م28 (2)، 295-320.

عبد الحكيم، محمد صبحي والديب، حمدي أحمد، **جغرافية السياحة**، ط1، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1995م.

لطيف، هدى سيد (1994). **السياحة – النظرية والتطبيق**، القاهرة، الشركة العربية للنشر والتوزيع.

هيئة تنشيط السياحة الأردنية (2001). التقرير السنوي الثالث لعام 2000.

وزارة السياحة والآثار العامة الأردنية (2005)، النشرة الاحصائية السياحية، م1 (1)، ص 1.

Berkowitz, Eric N. et,al.( 2000). Marketing, 6th.ed., Boston, Irwin.

Goosens, C. (2000)."Tourism information and pleasure motivation", **Annals of tourism research,** Vol.27:2, pp. 301-321.

Kotler, Philip (2003). **Marketing Management,** 11th.ed., Prentice Hall.

Sadag, Fawzi(1980). **"The economic of Tourism in Jordan 1950–1978"** MA. Dissertation (Un Pub.) University Of Keele.

Sekaran, Uma( 1992). **Methods for Business**: A skill Building Approach, 2nd ed., New York, John Wiley.

Singh, Ratandeep (1996). **Dynamics of Modern Tourism,** New Delhi, Kanishka Publishers.

Zikmond, William G. (2000). **Business Research Methods,** 6thed., Forth worth, Dryden Press.

## جدول (1)

### خصائص عينة الدراسة

| المتغيرات | الفئات | التكرارات | النسبة |
|---|---|---|---|
| الجنس | ذكر | 460 | %57.9 |
| | أنثى | 334 | %42.1 |
| | المجموع | 794 | %100 |
| مكان الإقامة | مدينة | 564 | %71 |
| | ريف | 221 | %28 |
| | بادية | 9 | %1 |
| | المجموع | 794 | %100 |
| قطاع العمل | عام | 314 | %39.6 |
| | خاص | 205 | %25.8 |
| | لا عمل | 275 | %34.6 |
| | المجموع | 794 | %100 |
| الحالة الاجتماعية | عازب | 562 | %70.8 |
| | متزوج | 218 | %27.5 |
| | أرمل | 5 | %0.6 |
| | مطلق | 9 | %1.1 |
| | المجموع | 794 | %100 |
| المؤهل العلمي | أمي | 20 | %2.5 |
| | أساسي | 32 | %4 |
| | ثانوي | 203 | %25.6 |
| | دبلوم | 98 | %12.3 |
| | بكالوريوس | 422 | %53.1 |
| | دراسات عليا | 19 | %2.5 |
| | المجموع | 794 | %100 |
| العمر | اقل من 14 سنة | 22 | %2.8 |
| | من 14 - 21 سنة | 305 | %38.4 |
| | من 22 - 34 سنة | 364 | %45.8 |
| | من 35 - 60 سنة | 80 | %10.1 |
| | أكثر من 60 سنة | 23 | %2.9 |
| | المجموع | 794 | %100 |
| الدخل الشهري بالدينار الأردني | أقل من 200 | 502 | %63.2 |
| | من200 - 400 | 213 | %26.8 |
| | من 401 - 600 | 38 | %4.8 |
| | من 601 - 800 | 19 | %2.4 |
| | أكثر من 800 | 22 | %2.8 |
| | المجموع | 794 | %100 |

## جدول (2)

### دوافع السياحة الداخلية

| الدافع | معارض بشدة | | معارض | | محايد | | موافق | | موافق بشدة | | المجموع | | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | | |
| ديني | 67 | %8.4 | 79 | %9.9 | 116 | %14.6 | 236 | %29.9 | 296 | %37.3 | 794 | %100 | 3.35 | 1.22 |
| علاجي | 72 | %9.1 | 81 | %10.2 | 117 | %14.7 | 338 | %42.6 | 186 | %23.4 | 794 | %100 | 3.61 | 1.2 |
| ترفيهي | 12 | %1.5 | 18 | %2.3 | 67 | %8.4 | 295 | %37.2 | 402 | %50.6 | 794 | %100 | 4.33 | 0.84 |
| ثقافي | 53 | %6.7 | 64 | %8.1 | 131 | %16.5 | 348 | %43.8 | 198 | %24.9 | 794 | %100 | 3.72 | 1.12 |
| اجتماعي | 63 | %7.9 | 95 | %12 | 251 | %31.6 | 279 | %35.1 | 106 | %13.4 | 794 | %100 | 3.34 | 1.1 |
| رياضي | 89 | %11.2 | 100 | %12.6 | 196 | %24.7 | 238 | %30 | 171 | %21.5 | 794 | %100 | 3.38 | 1.26 |

## جدول (3)

### نتائج اختبار الفرضية

| خصائص السياح / الدافع | | الديني | العلاجي | الترفيهي | الثقافي | الاجتماعي | الرياضي |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الجنس | Sig | 0.151 | 0.341 | 0.024 | 0.589 | 0.489 | 0.427 |
| | F | 2.069 | 0.906 | 5.097 | 0.292 | 0.478 | 0.632 |
| قطاع العمل | Sig | 000 | 0.882 | 0.034 | 0.018 | 0.926 | 0.922 |
| | F | 11.174 | 0.126 | 3.386 | 4.033 | 0.077 | 0.082 |
| مكان الإقامة | Sig | 0.451 | 0.641 | 0.038 | 0.032 | 0.621 | 0.712 |
| | F | 0.798 | 0.445 | 3.294 | 3.465 | 0.477 | 0.34 |
| الحالة الاجتماعية | Sig | 0.671 | 0.149 | 0.002 | 000 | 0.048 | 0.018 |
| | F | 0.516 | 1.785 | 4.851 | 6.745 | 2.651 | 3.356 |
| المؤهل العلمي | Sig | 0.008 | 0.275 | 0.002 | 000 | 0.056 | 0.031 |
| | F | 3.177 | 1.27 | 3.82 | 5.485 | 2.163 | 2.469 |
| العمر | Sig | 0.014 | 0.021 | 000 | 0.003 | 0.102 | 0.375 |
| | F | 3.128 | 2.917 | 7.01 | 4.039 | 1.937 | 1.06 |
| الدخل الشهري | Sig | 0.001 | 0.58 | 0.261 | 0.144 | 0.039 | 0.1 |
| | F | 4.741 | 0.717 | 1.318 | 1.717 | 2.528 | 1.95 |

جدول (4)

أهمية الدوافع حسب فئات الجنس

| فئة الجنس | ذكر | | انثى | |
|---|---|---|---|---|
| الدافع | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية |
| ديني | 3.3 | 6 | 3.42 | 4 |
| علاجي | 3.58 | 3 | 3.66 | 3 |
| ترفيهي | 4.27 | 1 | 4.41 | 1 |
| ثقافي | 3.74 | 2 | 3.7 | 2 |
| احتماعي | 3.36 | 4 | 3.31 | 6 |
| رياضي | 3.35 | 5 | 3.41 | 5 |

جدول (5)

أهمية الدوافع حسب فئات قطاع العمل

| قطاع العمل | عام | | خاص | | بلا | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الدافع | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية |
| ديني | 3.38 | 4 | 3.03 | 6 | 3.55 | 4 |
| علاجي | 3.64 | 3 | 3.6 | 2 | 3.59 | 3 |
| ترفيهي | 4.23 | 1 | 4.36 | 1 | 4.41 | 1 |
| ثقافي | 3.7898 | 2 | 3.53 | 3 | 3.7891 | 2 |
| احتماعي | 3.33 | 6 | 3.32 | 5 | 3.36 | 6 |
| رياضي | 3.38 | 4 | 3.41 | 4 | 3.364 | 5 |

جدول (6)

أهمية الدوافع حسب فئات مكان الاقامة

| مكان الاقامة | مدينة | | ريف | | بادية | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| الدافع | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية |
| ديني | 3.37 | 5 | 3.28 | 6 | 3.67 | 4 |
| علاجي | 3.59 | 3 | 3.65 | 3 | 3.89 | 3 |
| ترفيهي | 4.34 | 1 | 4.28 | 1 | 5 | 1 |
| ثقافي | 3.67 | 2 | 3.83 | 2 | 4.44 | 2 |
| احتماعي | 3.35 | 6 | 3.33 | 5 | 3 | 6 |
| رياضي | 3.39 | 4 | 3.34 | 4 | 3.67 | 5 |

## جدول ( 7)

### أهمية الدوافع حسب فئات الحالة الاجتماعية

| الحالة الاجتماعية | أعزب | | متزوج | | أرمل | | مطلق | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الدافع | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية |
| ديني | 3.36 | 5 | 3.34 | 5 | 3.6 | 3 | 2.89 | 6 |
| علاجي | 3.57 | 2 | 3.7 | 3 | 4.6 | 1 | 3.56 | 3 |
| ترفيهي | 3.4 | 4 | 4.18 | 1 | 4.6 | 1 | 3.78 | 2 |
| ثقافي | 3.81 | 1 | 3.56 | 4 | 2.2 | 5 | 3.11 | 5 |
| اجتماعي | 3.33 | 6 | 3.89 | 2 | 2 | 6 | 3.33 | 4 |
| رياضي | 3.43 | 3 | 3.25 | 6 | 2.4 | 4 | 4.22 | 1 |

## جدول (8 )

### اهمية الدوافع حسب فئات المؤهل العلمي

| التعليم | امي | | اساسي | | ثانوي | | دبلوم | | بكالوريوس | | دراسات عليا | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الدافع | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية |
| ديني | 2.9 | 6 | 3.36 | 3 | 3.52 | 4 | 3.16 | 5 | 3.34 | 6 | 2.74 | 6 |
| علاجي | 3.45 | 2 | 3.63 | 3 | 3.78 | 2 | 3.65 | 2 | 3.53 | 3 | 3.52 | 3 |
| ترفيهي | 3.85 | 1 | 4.1 | 1 | 4.25 | 1 | 4.3 | 1 | 4.43 | 1 | 4.05 | 1 |
| ثقافي | 3.15 | 4 | 3.4 | 5 | 3.55 | 3 | 3.51 | 3 | 3.91 | 2 | 3.9 | 2 |
| اجتماعي | 3.1 | 5 | 3.25 | 6 | 3.15 | 6 | 3.36 | 4 | 3.44 | 4 | 3.42 | 4 |
| رياضي | 3.35 | 3 | 3.75 | 2 | 3.5 | 5 | 3.03 | 6 | 3.38 | 5 | 3.32 | 5 |

## جدول (9 )

### اهمية الدوافع حسب فئات العمر

| العمر | اقل من 14 سنة | | من 14- 21 سنة | | من 22- 34 سنة | | من 35 – 60 سنة | | أكبر من 60 سنة | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الدافع | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية |
| ديني | 3.55 | 3 | 3.52 | 3 | 3.21 | 6 | 3.33 | 4 | 3.13 | 5 |
| علاجي | 3.5 | 4 | 3.45 | 4 | 3.69 | 3 | 3.81 | 2 | 3.96 | 1 |
| ترفيهي | 4.09 | 1 | 4.5 | 1 | 4.24 | 1 | 4.33 | 1 | 3.83 | 2 |
| ثقافي | 3.64 | 2 | 3.88 | 2 | 3.97 | 2 | 3.39 | 3 | 3.35 | 4 |
| اجتماعي | 3 | 6 | 3.42 | 6 | 3.34 | 5 | 3.25 | 5 | 2.91 | 6 |
| رياضي | 3.14 | 5 | 3.44 | 5 | 3.38 | 4 | 3.16 | 6 | 3.52 | 3 |

**جدول (10)**

**أهمية الدوافع حسب فئات الدخل الشهري**

| الدخل الشهري | اقل من 200 دينار أردني | | من 200 -400 دينار أردني | | من 401 -600 دينار أردني | | من 601 -800 دينار أردني | | أكثر من 800 دينار أردني | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الدافع | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية | المتوسط الحسابي | الأهمية |
| ديني | 3.35 | 5 | 3.47 | 5 | 3.32 | 4 | 3.11 | 5 | 2.32 | 6 |
| علاجي | 3.62 | 3 | 3.66 | 2 | 3.47 | 2 | 3.47 | 4 | 3.27 | 3 |
| ترفيهي | 4.3 | 1 | 4.43 | 1 | 3.24 | 5 | 4.16 | 1 | 4.41 | 1 |
| ثقافي | 3.76 | 2 | 3.62 | 3 | 3.53 | 1 | 3.89 | 2 | 4.14 | 2 |
| اجتماعي | 3.35 | 5 | 3.39 | 6 | 3.37 | 3 | 2.58 | 6 | 3.18 | 4 |
| رياضي | 3.36 | 4 | 3.48 | 4 | 3.16 | 6 | 3.74 | 3 | 2.86 | 5 |